

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *store exterior*, *general interior*, dan *interior display* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh.
2. Variabel *store layout* berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh.
3. Variabel *store exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* memberikan persentase pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh sebesar 27.8%
4. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel yang tidak signifikan, yang artinya bahwa variabel tersebut memberikan pengaruh, namun angka pengaruhnya kecil atau dibawah rata-rata. Variabel yang tidak signifikan yaitu variabel *store layout*, hal ini disebabkan karena variabel tersebut bukan merupakan variabel yang sangat berpengaruh atau tidak cukup mempengaruhi dalam proses penciptaan keputusan pembelian oleh konsumen karena variabel lain yaitu *store exterior*, *general interior*, dan *interior display* yang lebih mempengaruhi. Sehingga data empiris dan uji statistik dalam penelitian ini tidak memberikan dukungan yang cukup

untuk hubungan langsung antara *store layout* terhadap keputusan pembelian konsumen.

5. Berdasarkan fakta pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sebelum dan pada saat berada di dalam cafe, faktor *store layout* tidak menjadi perhatian utama bagi konsumen, tetapi konsumen akan lebih memfokuskan perhatian karakteristik produk, kualitas produk dan harga yang ditawarkan oleh Uda Espresso Cafe Payakumbuh.

## 5.2 Implikasi Penelitian

Pada penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting terutama bagi Uda Espresso Cafe Payakumbuh dimana pihak Uda Espresso Cafe Payakumbuh harus berkonsentrasi pada upaya untuk penciptaan *store atmosphere* sebagai alat komunikasi pemasaran terhadap konsumen. Dengan menciptakan ketertarikan, kemudahan dan rasa nyaman kepada konsumen saat menyantap hidangan agar dapat meningkatkan penjualan dan juga citra dari Uda Espresso Cafe Payakumbuh. Penciptaan *store atmosphere* melalui *store exterior*, *general interior* dan *interior display* pada Uda Espresso Cafe harus tetap dikelola dengan baik bahkan harus lebih ditingkatkan lagi, karena ketiga faktor tersebut mempunyai pengaruh yang cukup kuat dalam mempengaruhi proses penciptaan keputusan pembelian oleh konsumen.

- a. Pada *store exterior*, penciptaan *store atmosphere* dapat diterapkan pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh dengan cara memberikan tingkat ketertarikan yang lebih pada konsumen agar lebih mengundang konsumen untuk berkunjung. Melalui bangunan yang menarik, papan nama yang terlihat jelas dan menarik, halaman yang cukup luas, area parkir yang luas dan aman, dan desain cafe yang

sesuai agar konsumen merasa betah dan nyaman berada didalam Uda Espresso Cafe Payakumbuh.

- b. Pada *general interior*, penciptaan *store atmosphere* dapat diterapkan oleh pihak Uda Espresso Cafe Payakumbuh dengan cara menitikberatkan pemberian rasa nyaman kepada konsumen saat menyantap hidangan agar konsumen betah berlama-lama berada didalam cafe. Melalui pengaturan pencahayaan, ruangan, warna dinding, alunan musik, suhu udara, penampilan di dalam cafe, pramuniaga dan dekorasi ruangan yang sesuai agar konsumen merasa betah dan nyaman berada di dalam Uda Espresso Cafe Payakumbuh.
- c. Pada *store layout*, penciptaan *store atmosphere* dapat diterapkan oleh Uda Espresso Cafe Payakumbuh dengan cara menitikberatkan pemberian rasa nyaman kepada konsumen saat menyantap hidangan agar konsumen betah berlama-lama di cafe. Melalui pengaturan alokasi luas ruangan yang sesuai, penempatan meja dan kursi yang tertata rapi. Upaya tersebut juga menjawab keluhan yang disampaikan responden melalui kuesioner yang disebar.
- d. Pada *interior display*, penciptaan *store atmosphere* dapat diterapkan oleh Uda Espresso Cafe Payakumbuh dengan cara menitikberatkan pemberian rasa nyaman kepada konsumen saat menyantap hidangan agar konsumen betah berlama-lama didalam cafe. Melalui pengaturan perabotan yang ditata dengan rapi, terdapat papan penunjuk arah yang jelas, dan dekorasi dinding yang sesuai agar konsumen merasa betah dan nyaman berada didalam Uda Espresso Cafe Payakumbuh.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan yang ada. Keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini dapat menjadi sumber untuk memperbaiki penelitian di masa yang akan datang. Adapun keterbatasan dan kelemahan pada penelitian ini adalah:

1. Jumlah responden yang peneliti ambil hanya dalam skala kecil yaitu sebanyak 110 responden, yaitu orang-orang yang telah melakukan keputusan pembelian pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh.
2. Penelitian ini hanya menggunakan satu obyek penelitian yaitu Uda Espresso Cafe Payakumbuh
3. Penelitian ini hanya mengkaji variabel *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Dalam pengujiannya variabel tersebut hanya mampu menjelaskan hubungan sebesar 27,8% sedangkan sisanya 72,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### 5.4 Saran

Hasil dari penelitian ini dan keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan agar dapat dijadikan sumber ide dan masukan bagi perkembangan penelitian dimasa yang akan datang. Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka perluasan yang disarankan dari penelitian ini antara lain adalah :

#### 5.4.1 Bagi Pihak Manajerial

1. Dengan adanya pengelolaan yang cukup baik dalam penciptaan *store atmosphere* pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh dalam penelitian ini, dapat dijadikan sebagai alat komunikasi pemasaran kepada konsumen. Dengan memberikan daya tarik dan kenyamanan dalam melakukan pembelian akan membuat konsumen betah berlama-lama di dalam cafe dengan itu dapat meningkatkan penjualan dan juga citra dari cafe tersebut. Selain itu, Uda Espresso Cafe Payakumbuh harus memperhatikan faktor-faktor lain dengan baik di luar *store exterior, general interior, store layout dan interior display* mengingat keputusan pembelian konsumen Uda Espresso Cafe dipengaruhi oleh faktor lain, seperti harga, promosi, dan kualitas produk.
2. Pihak manajerial Uda Espresso Cafe Payakumbuh harus meningkatkan lagi pencitraan *store atmosphere* agar konsumen melakukan keputusan pembelian pada Uda Espresso Cafe dengan cara mengelola lebih baik *store atmosphere* cafe tersebut.
3. Terdapat beberapa hal yang dikeluhkan oleh konsumen pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh dalam hasil penelitian ini, seperti pada variabel *store layout* luas ruangan yang terkadang tidak mencukupi untuk pengunjung. Hal ini bisa saja membuat konsumen membatalkan rencana untuk berkunjung ke cafe. Saran dari penulis sebaiknya pihak manajerial bisa lebih cermat dalam pengaturan luas ruangan, seperti menambah kapasitas ruangan Uda Espresso Cafe sehingga konsumen tetap merasa nyaman dalam menikmati hidangan. Selain itu, untuk meningkatkan kenyamanan konsumen, pihak manajerial dapat menambah



ruangan untuk konsumen seperti menambah dan memperbaiki toilet, membuat musholla, membuat area merokok yang terpisah dari ruangan cafe sehingga konsumen yang tidak merokok tidak merasa terganggu dengan adanya asap rokok dari konsumen lain. Hal-hal di atas sebaiknya dilakukan oleh Uda Espresso Cafe demi menjawab keluhan yang disampaikan oleh responden kuesioner yang diantaranya mengeluhkan ruangan yang tidak memadai bagi pengunjung. Selain itu, dengan adanya ruangan-ruangan tersebut dapat meningkatkan kenyamanan dari konsumen itu sendiri saat mengunjungi cafe.

4. Apabila memungkinkan, pihak Uda Espresso Cafe Payakumbuh bisa melakukan perubahan dekorasi yang telah ada. Caranya dengan sesekali merubah tata letak dari area pelanggan untuk menciptakan suasana baru bagi pelanggan agar mencegah timbulnya rasa jenuh dari pelanggan itu sendiri. Misalnya, sesekali merubah tata letak meja dan kursi agar konsumen tidak merasa jenuh.
5. Pada *interior display* pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh pihak manajerial harus lebih meningkatkan lagi *interior display* yang telah ada. Karena faktor *interior display* menjadi daya tarik konsumen untuk pergi ke Uda Espresso Cafe Payakumbuh. Cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajer yaitu dengan cara pemberian penunjuk arah pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh, serta pihak Uda Espresso Cafe harus menjaga perabotan-perabotan yang digunakan agar selalu dalam kondisi yang baik. Misalnya, dengan melakukan perawatan serta pembersihan secara berkala terhadap perabotan-perabotan yang terdapat pada Uda Espresso Cafe Payakumbuh.

6. Pihak manajerial harus selalu melakukan evaluasi, menerima dan melakukan perbaikan dengan apa yang menjadi masukan dari konsumen atau pelanggan.

#### **5.4.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan lebih dari satu objek dalam melakukan penelitian, mengembangkan dan menambahkan variabel lain selain *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* yang juga ikut mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Penelitian selanjutnya dapat memperluas ruang lingkup responden. Dimana tidak hanya masyarakat Payakumbuh saja yang dijadikan responden, namun konsumen yang luar daerah Payakumbuh yang bisa dijadikan sampel.

